

## **CONSUMIDOR CONSCIENTE:**

### **Um Projeto Universitário de Aproximação do Direito com a Sociedade**

Sara Regina Albuquerque França

#### **Resumo**

Este artigo científico denota o desenvolvimento e a conclusão do Projeto de Pesquisa e Extensão “Consumidor Consciente: Uso Combativo dos Direitos e Deveres na Busca de Relações de Consumo Efetivamente Isonômicas”, desenvolvido pelos acadêmicos do Curso de Direito da Universidade Federal de Alagoas, no período de Maio de 2009 a Maio de 2010, na comunidade Benedito Bentes I, situada no Município de Maceió, Alagoas. O principal objetivo deste trabalho é relatar as experiências conferidas pelos integrantes deste projeto em decorrência das palestras/esquetes teatrais sobre Direito do Consumidor apresentadas pelos mesmos, bem como focar a importância da realização das atividades extensionistas dentro da sociedade, que possibilita a aproximação das Ciências Jurídicas com àquela. Assim, ao longo do artigo, serão demonstrados dados estatísticos verídicos, obtidos no decorrer da pesquisa empírica, e a natureza da revisão de literatura, por meio de uma linguagem crítica e singela.

*Palavras-chave:* Direitos do Consumidor, Projetos de Extensão, Código de Defesa do Consumidor.

#### **Abstract**

This scientific article shows the development and conclusion of a Research and Extension called "Conscious Consumer: Combative Use of the Rights and Duties in the Quest for Consumer Relations Effectively isonomic" developed by academics of the Law Course at the Federal University of Alagoas. The main objective of this study is to report the experiences conferred by the members of this project as a result of talks/theater skits on Consumer Law presented by them and focus on the importance of carrying out extension activities in society, which enables the approximation of Juridical Sciences with the community. Therefore, throughout the article, truthful statistical data obtained during the empirical research, and the literature review will be demonstrated through a critical and simple language.

*Key-words:* Consumer Rights, Extension Projects, Code of Consumer Protection.

## 1. INTRODUÇÃO

As transformações não param de acontecer. Seja por uma análise do indivíduo como ser humano ou da sociedade em si mesma, é perceptível a evolução se concretizando a todo instante. Partindo do ponto de vista econômico e histórico do Brasil, notam-se mudanças verdadeiramente importantes no desenvolvimento do país. Os que ontem eram pequenos artesanatos, hoje, perfazem-se em indústrias com grande capacidade tecnológica e mão-de-obra qualificada. E os que, outrora, eram vendidos (os escravos), depois de 1888<sup>1</sup>, puderam exercer a liberdade de comprar ou de constituir seus negócios, a fim de construir os seus próprios patrimônios.

Adota o país, pois, o sistema capitalista, advindo junto a este a modificação da comercialização de serviços, que passou de pessoal à massificada. O empresário que, antes, contratava com uma determinada pessoa, devido ao aumento exorbitante do volume de trocas, viu-se obrigado a massificar os contratos. Deste modo, o Princípio da Autonomia da Vontade, segundo o qual o contrato deve preservar as vontades individuais das partes contratantes, foi claramente deixado à esquelha, principalmente nas relações de consumo, onde os pactos contratuais refletiam os principais interesses dos fornecedores. Neste sentido, esclarece Ana Carolina Trindade Soares<sup>2</sup>:

“As relações contratuais massificadas caracterizam-se pelo incremento do volume de trocas e pela necessidade com que as avenças necessitam ser realizadas, o que gera uma *crescente estandardização e impessoalidade nas disposições contratuais* (...). A despersonalização das relações contratuais e o automatismo das atividades destinadas a constituí-las ficam evidentes nas *relações de consumo*, por exemplo, onde não é incomum o emprego de condições gerais, módulos e formulários, predispostos antecipadamente por uma das partes, para uma massa homogênea e indiferenciada de contrapartes.” (grifos nossos)

Assim, com o advento do Estado do Social e das ideias de solidariedade, de igualdade material e intervenção do Estado, os contratos passam a ser objeto de atuação legislativa e judicial, na busca do reequilíbrio das relações negociais. Tem-se, portanto, superado o pensamento da sacralização da vontade das partes, existente no Estado Liberal, onde seria impossível a interferência de terceiros nos contratos, tolerando a existência de uma igualdade

---

<sup>1</sup> Em 13 de Maio de 1888 foi sancionada no Brasil a Lei Imperial n.º 3.353 (Lei Áurea), assinada por Dona Isabel, princesa imperial do Brasil, extinguindo a escravidão no país.

<sup>2</sup> SOARES, Ana Carolina Trindade. *A Proteção do Contratante Vulnerável*. Maceió: EDUFAL, 2009, p. 51.

puramente formal.

É exatamente sob esta égide de proteção à parte mais vulnerável que o artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), da Constituição Federal de 1988 determina: “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará o Código de Defesa do Consumidor (CDC)”<sup>3</sup>. Seguindo esta orientação, a Lei Federal n.º 8.078/90 (CDC) entrou em vigor em 11 de março de 1991, trazendo princípios e regras que regulam as relações de consumo, desde as suas tratativas preliminares (propagandas, ofertas) às disposições contratuais desta natureza.

Em razão da crescente globalização no país e das mais variadas formas atuais de se consumir, o Direito do Consumidor é de tamanha relevância frente ao mundo jurídico. Diversas pessoas (se não todas), de alguma forma, são atingidas pela mídia acobertada de fornecedores, pela prática abusiva nas relações de consumo, dentre as mais diversas táticas contratuais consumeristas.

Contudo, como se pode observar, por ser uma temática legislativa recente, grande parte da população desconhece seus direitos e deveres como consumidora e/ou fornecedora. Isto acontece por divergentes motivos, como as condições educacionais precárias da população ou a até mesmo a ineficiência dos meios de comunicação, quando se trata de divulgar conteúdos com esta essência diretiva. Sob este palco de desconhecimento, cresce o quantitativo de fatos desrespeitosos contra estes preceitos assegurados pelo CDC, mas desprovidos de efetividade<sup>4</sup> na prática social, simplesmente porque a sociedade não tem ciência do que está prescrito juridicamente, para que possa reivindicar os seus direitos.

Diante disto, os acadêmicos de Direito da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), em Maio de 2009, objetivando cumprir sua responsabilidade, não apenas universitária, mas também cidadã, criaram e desenvolveram o Projeto de Pesquisa e Extensão “Consumidor Consciente: Uso Combativo dos Direitos e Deveres na Busca de Relações de Consumo Efetivamente Isonômicas”, devidamente cadastrado na Pró-Reitoria de Extensão (PROEX) da

---

<sup>3</sup> Em complementação ao artigo 48 da ADCT, no próprio texto da Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, XXXII, há a obrigação estatal de promover, na forma da lei, a defesa do consumidor, que é um direito fundamental do cidadão brasileiro. Além disso, o artigo 170 desta Carta Magna inclui a defesa do consumidor como um dos princípios gerais da atividade econômica.

<sup>4</sup> Efetividade da norma jurídica é a situação em que a comunidade se comporta de acordo com o modelo de conduta traçado pela norma jurídica, ou seja, ela é aceita e aplicada a seus destinatários. Conferir em: MELLO, Marcos Bernardes de Melo. *Teoria do Fato Jurídico – Plano da Existência*. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2008, p.14.

UFAL. A principal meta do projeto era conscientizar a população mais carente acerca de seus direitos como consumidora, bem como informá-la a respeito das formas de acesso à efetivação destes direitos, seja recorrendo ao Judiciário ou a órgãos responsáveis por esta defesa no âmbito do Poder Executivo, como a Superintendência de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON).

## **2. Da Teoria à Prática**

Orientado pelo Professor Mestre em Direito, João Leite de Arruda Alencar, o grupo extensionista era inicialmente composto por quatro acadêmicos da Faculdade de Direito de Alagoas (FDA) da UFAL. No entanto, em virtude da demanda de afazeres que o trabalho proposto exigia, acrescentaram-se ao mesmo oito estudantes do ramo jurídico, formando um complexo de treze pessoas capacitadas e interessadas em produzir.

Escolheu-se a comunidade Benedito Bentes I, situada no Bairro Benedito Bentes<sup>5</sup>, em Maceió, Alagoas, em virtude da complexidade de camadas sociais existentes na região, abrangendo desde a população com menor condição financeira à classe média, responsável por grande parte do comércio local. O exercício de atividades comerciais dentro do próprio âmbito da comunidade diferenciava a mesma dos outros bairros meramente residenciais, ao mesmo tempo em que favorecia as pesquisas desenvolvidas pelo grupo, visto que as relações de consumo são logicamente advindas das relações econômicas, o que tornava mais próximo ao entrevistado a concretização de seus direitos na esfera de sua própria moradia.

Dividia-se em três fases o desenvolvimento do projeto que, posteriormente, ficou conhecido, por questões de síntese, como “Consumidor Consciente”. Primeiramente, era necessário incrementar a pesquisa, que seria realizada através de questionários e entrevistas no âmbito da comunidade Benedito Bentes I. Num segundo momento, far-se-ia o levantamento de dados da etapa anterior, a fim de criar o “perfil” do consumidor entrevistado, observando suas principais carências no conhecimento de seus direitos consumeristas. E por último, com a implementação de palestras aferidas pelos próprios acadêmicos extensionistas, abrangendo temas baseados nas dificuldades do consumidor nas fases supracitadas, buscar-se-

---

<sup>5</sup> O Benedito Bentes é o maior bairro em área do Município de Maceió, com 24.627 Km<sup>2</sup>, além de possuir um perímetro urbano de 26.731,15 metros. Conferir em: < <http://www.bairrosdemaceio.net/site/index.php?Canal=Bairros&Id=11> >. Acesso em: 27 jun. 2010.

ia efetivar o precípua objetivo do projeto, qual seja a difusão do Direito do Consumidor.

### **2.1. Pesquisa de Campo: a ética de saber lidar com a realidade social**

No mundo da Ciência do Direito, entende a doutrina jurídica que as relações de consumo devem ser protegidas, devido ao consumidor ser considerado vulnerável e não necessariamente mais fraco economicamente (hipossuficiente). Ou seja, apesar de, na maioria das vezes, essas características se convergirem; não é sempre que o fornecedor será melhor financeiramente que o consumidor. Basta atinar para a conjectura de um cantor internacional famoso, que decide comprar roupas na loja do Seu Amaro, situada no centro da cidade. Ora! O cantor, mesmo sendo consumidor, neste caso, é economicamente mais forte que o fornecedor, Seu Amaro; no entanto, conforme a doutrina, aquele continuará sendo o mais vulnerável na relação consumerista.

A primeira fase do projeto (pesquisa de campo) foi organizada e realizada no período de Setembro a Novembro de 2009. No total, houve 332 entrevistados, abordados nos mais variados lugares da comunidade: em suas próprias residências, nos estabelecimentos comerciais, nas escolas públicas da região, nas ruas, entre outros. Assim, partindo do ponto de vista que o consumidor é a parte mais propensa a ter seus direitos lesados pelo fornecedor, o questionário conteve perguntas pessoais (idade, sexo, escolaridade) e pertinentes à temática relativa ao consumo, constituindo o integral de 30 indagações.

Em busca de formular o perfil do consumidor do Benedito Bentes I, procurou-se saber a sua opinião sobre o conhecimento acerca da existência de seus direitos e de leis específicas na proteção destes, bem como a forma de acesso a estas informações. É importante frisar que, devido ao fato de ser um dos primeiros questionamentos da entrevista, cerca de 51,50% dos entrevistados respondeu de forma positiva, confirmando conhecer seus direitos enquanto consumidores. Fato este, porém, que se mostra controvertido, com a conclusão das entrevistas.

Visando verificar o posicionamento dos entrevistados, na medida em que se sentiam lesados em seus direitos, cerca de 76,20% respondeu afirmativamente, de modo que a maioria prefere recorrer ao PROCON, enquanto o segundo maior grupo de entrevistados soluciona o conflito no estabelecimento comercial, onde foi realizada a compra do produto ou oferecido o serviço. Os demais procuram seus advogados, os Juizados Especiais ou, ainda, outras formas

de resolver o litígio. Contudo, posteriormente perguntados se haviam se dirigido ao PROCON, apenas 26,20% recorreu efetivamente ao mesmo, tendo 16,57% buscado diretamente o Judiciário.

Quando questionados a respeito das áreas de consumo em que sentem mais dificuldades de obter conhecimento sobre seus direitos, a maioria respondeu que os problemas ocorrem com relação aos cartões de crédito, que foi seguido dos pedidos de empréstimos e financiamentos; as contas de água, luz e telefone; os produtos com defeitos e, por último, serviços mal prestados.

Em um determinado momento do questionário, remeteu-se o consumidor para uma situação fictícia, para aferir o modo como ele agiria diante daqueles fatos narrados, conferindo-se que 91,87% dos entrevistados acredita ter direito a desconto<sup>6</sup>, caso compre à vista; que 25,90% já foi vítima de “venda casada” – prática considerada criminosa no Brasil; que 29,52% já recebeu cartões de créditos em seus domicílios, sem que os tenha solicitado; que 15,36% acredita que pode ser preso, caso a empresa fornecedora o ameace, devido ao inadimplemento dos seus débitos; e que 9,94% dos mesmos também já teve seus nomes inclusos em Bancos de Proteção ao Crédito, como o SPC<sup>7</sup> ou o SERASA<sup>8</sup>, sem que eles estivessem efetivamente inadimplentes. Nota-se, pois, a existência de, principalmente, muitas práticas abusivas que atingem ao consumidor desconhecedor de seus direitos.

Além disso, quanto aos contratos de consumo, 33,13% dos entrevistados não costuma ler os contratos, antes de assinar; bem como 22,89% não guarda cópias dos contratos que, porventura, tenha assinado.

## **2.2. Levantamento de dados e organização da fase extensionista**

Durante a segunda fase, realizada entre os meses de Dezembro e Abril de 2010, foi perceptível ao grupo extensionista a existência de um consumidor desinformado, carente precipuamente no conhecimento das áreas de “Proteção à Saúde e à Segurança do Consumidor”, “Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço” e “Oferta e

---

<sup>6</sup> Apesar de ser uma prática comum nos dias atuais, o desconto dado ao consumidor nas compras à vista é de mera vontade do fornecedor, já que não há dispositivo legal que exija este tipo de procedimento.

<sup>7</sup> O Serviço de Proteção ao Crédito ou SPC é um serviço prestado no Brasil pela empresa SPC Brasil, órgão da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas.

<sup>8</sup> Serasa é uma empresa brasileira que presta serviços de informações para decisões de crédito.

Publicidade”. Desta forma, estes foram os temas escolhidos para abordagem nas palestras da fase de extensão e espelhos das principais dificuldades cognitivas do perfil do consumidor da Comunidade Benedito Bentes I.

Para a preparação do grupo na terceira fase do projeto, obtiveram-se apoios didáticos da Superintendência de Proteção e Defesa do Consumidor de Alagoas (PROCON-AL), órgão da Secretaria de Estado da Mulher, da Cidadania e dos Direitos Humanos de Alagoas, e da Escola Nacional de Defesa do Consumidor (ENDC) do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, órgão da Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça.

A ENDC forneceu ao projeto o Manual de Direito do Consumidor<sup>9</sup>, elaborado para a orientação e capacitação dos agentes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC). Já o PROCON-AL, além da cessão da unidade do PROCON Móvel<sup>10</sup>, disponibilizou-nos ainda uma grande quantidade de material didático em forma de cartilhas, com o intuito de que fossem distribuídas para o público-alvo na finalização da fase extensionista.

Acrescidos a estas fontes jurídicas, o projeto construiu sua revisão de literatura na “Cartilha do Consumidor”, disponibilizada pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), órgão responsável pela coordenação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC); no próprio Código de Defesa do Consumidor (CDC) e em diversificadas fontes virtuais que tratam do assunto. Tendo concluída a preparação dos integrantes do projeto, seguiu-se para a última fase do mesmo.

### **2.3. Fase de Extensão: conscientizar é dever de todos!**

A fase extensionista, realizada em Maio de 2010, foi direcionada aos estudantes de Ensino Médio da Escola Estadual Eunice de Lemos Campos, situada na própria comunidade Benedito Bentes I. A justificativa para tal direcionamento se deve ao objeto educacional do projeto, não apenas tornando os participantes da extensão conscientes de seus direitos como consumidores, mas também os estimulando a serem transmissores destes conhecimentos para as pessoas de sua convivência, materializando uma ponte entre o projeto e a comunidade.

Tendo como alicerce a pesquisa empírica, pois, o projeto “Consumidor Consciente”

---

<sup>9</sup> BESSA, Leonardo Roscoe; MOURA, Walter José Faiad de. *Manual do Direito do Consumidor*. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2009.

<sup>10</sup> O PROCON Móvel é a denominação que se dá ao ônibus do PROCON-AL, responsável pelo atendimento e orientação de consumidores em locais, preferencialmente, onde não existam postos do órgão.

encontrou na interação palestras/esquetes teatrais<sup>11</sup> o melhor artifício de comunicação com a comunidade, facilitando o entendimento das temáticas pela mesma e possibilitando, através de uma linguagem simples e da amostragem de situações rotineiras, o diálogo entre os acadêmicos de Direito e o público-alvo.

Dentro do tema “Proteção à Saúde e à Segurança do Consumidor” – a denominada Responsabilidade pelo Fato do Produto ou Serviço, abordaram-se a importância do Código de Defesa do Consumidor (CDC), os conceitos como o de “consumidor”<sup>12</sup> e “fornecedor”, a análise de produtos juridicamente defeituosos e, por consequência, perigosos, em virtude da falta de informações adequadas sobre o mesmo, o fenômeno do *recall*<sup>13</sup> e o estudo do PROCON – órgão do Poder Executivo responsável pela defesa dos consumidores. Neste sentido, a esquete teatral buscou reunir estes subtemas elucubrados num diálogo entre duas personagens nordestinas e idosas, que comparavam as situações de suas adolescências, anterior à existência de medidas efetivamente protetivas ao consumidor, com relação à conjectura atual.

No âmbito da “Responsabilidade por Vício do Produto ou Serviço”, explicaram-se noções sobre “vícios” nas relações de consumo, os prazos que o consumidor tem para reclamar, dependendo da natureza durável ou não-durável do produto, a dicotomia entre a garantia legal e a garantia contratual e as circunstâncias de responsabilidade dos fornecedores. É neste último tópico, com relação ao encargo dos fornecedores mediante a troca de produtos – fato tipicamente corriqueiro nos dias atuais, que duas esquetes teatrais focaram o seu conteúdo.

A primeira situação teatral consistiu na tentativa de troca de uma peça de roupa por uma das personagens (consumidora) com a gerente da loja (fornecedora). O motivo da troca era o desgosto com o modelo e a cor da roupa por parte da consumidora, que tinha ganhado a mesma como um presente de aniversário. Diante disso, demonstrou-se a legitimidade da gerente em não atender ao pedido, já que o CDC não possui nenhuma determinação que obrigue o fornecedor a fazê-lo, salvo em caso de defeito de fabricação do produto. A troca,

---

<sup>11</sup> Esquetes teatrais é o nome técnico com o qual se denomina as peças teatrais de curta duração (5 a 10 minutos).

<sup>12</sup> Vale ressaltar que, apesar do artigo 2º, *caput*, do CDC definir consumidor como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza o produto ou serviço como destinatário final”, tem-se também a figura do consumidor *bystander*, que é aquele que, apesar de não ter diretamente comprado o produto ou o serviço, é atingido indiretamente pelo mesmo, devendo ser protegido, pois, pelo CDC.

<sup>13</sup> *Recall* é um processo de chamamento, que ocorre quando é constatado que, após a colocação de um produto no mercado, ele apresenta riscos à saúde e à segurança do consumidor.



neste caso, seria um ato de liberalidade do lojista e não uma exigência legal.

Já a segunda esquete teatral abarcou os personagens de uma senhora com menores condições financeiras e de um vendedor de uma empresa de alto renome, onde aquela tenta realizar a troca de uma geladeira (produto) defeituosa e a fornecedora a coíbe, afirmando não ter responsabilidade pela permuta. Neste caso, explicou-se a esfera desta responsabilidade solidária sobre o fabricante, o construtor ou importador de produtos e do prestador de serviços, bem como do comerciante, em casos específicos do CDC.

E quanto ao subtema “Oferta e Publicidade”, as palestras abordaram os princípios da publicidade, as regras e os efeitos da oferta de produto e serviços e as publicidades proibidas pelo CDC, quais sejam a propaganda abusiva e a enganosa. Na esfera das esquetes, buscando interagir de forma mais próxima com o público-alvo, construiu-se um fictício programa de televisão educativo, no qual foram apresentados vídeos atuais e verídicos que continham as mais variadas formas de propaganda ilícita. Estes vídeos foram considerados abusivos ou enganosas pelo CONAR (Conselho de Autorregulamentação Publicitária)<sup>14</sup>, sendo posteriormente proibidos de veiculação na mídia.

Tendo apoio do PROCON Móvel na Unidade Educacional onde foi realizada a fase extensionista, o Projeto obteve êxito, quando permitiu à população perceber que muitas de suas lides consumeristas poderiam ser resolvidas no âmbito do PROCON, sem precisar recorrer ao Judiciário como primeira hipótese de resolução de conflitos. Vale frisar, porém, que coincidentemente, na Escola Eunice de Lemos Campos, já funcionava um pólo de reclamações financiado pelo PROCON-AL.

### **3. “As pedras no caminho”<sup>15</sup> das quais Drummond já alertara...**

Remetendo-se à primeira etapa do projeto “Consumidor Consciente”, é possível concluir a aferição do mínimo de dificuldades encontradas durante a sua realização. A pesquisa de campo, apesar de exigir um maior esforço físico e mental, permitiu um contato direto com o público-alvo das fases posteriores do projeto, sendo precípua para a continuidade do mesmo. Idêntica tranquilidade pôde ser conferida na realização da segunda fase, onde os

---

<sup>14</sup> O CONAR é uma organização não-governamental, que tem sede em São Paulo, mas atua em todo o país, visando impedir que a publicidade abusiva ou enganosa cause constrangimento ao consumidor ou às empresas. Conferir em: < <http://www.conar.org.br/> >. Acesso em: 27 jun.2010.

<sup>15</sup>

chavões burocráticos foram deixados à esquelha, permitindo a comunicação dos integrantes do grupo com os órgãos de Proteção e Defesa do Consumidor.

No entanto, com relação à efetividade da fase extensionista, o projeto encontrou dificuldades de natureza logística. Devido ao objetivo educacional do projeto, as escolas, localizadas no âmbito do Benedito Bentes I, seriam o espaço mais interessante e prudente para o desenvolvimento das atividades extensionistas. Foi observado que, apesar da agradabilidade e da importância que os diretores das Instituições nutriram pelo projeto, sempre havia empecilhos que impediam a sua realização.

Notou-se ainda uma discrepância acentuada entre as posturas das Escolas Públicas e Privadas, visto que estas alegavam a não disponibilidade de horários, enquanto aquelas estavam em reforma, não haviam sequer começado o ano letivo ou, ainda, burocratizavam a comunicação de tal forma, que impossibilitava a concretização das atividades do grupo.

Por fim, a única escola passível de estrutura e disponibilidade temporária foi a Escola Estadual Eunice de Lemos Campos, local onde, já anteriormente mencionado, foi desenvolvida a fase extensionista. A velocidade rápida, em que o procedimento da extensão teve de ser desenvolvido, ocorreu por motivos da aproximação da semana das avaliações bimestrais da Instituição. Esta urgência impossibilitou a divulgação do projeto no âmbito da escola, que seria realizada através de textos de Literatura de Cordel, onde os extensionistas passariam em todas as turmas, convidando-as para participar das palestras/esquetes teatrais elaboradas pelo grupo.

## CONCLUSÃO

O Projeto de Pesquisa e Extensão “Consumidor Consciente: Uso Combativo dos Direitos e Deveres na Busca de Relações de Consumo Efetivamente Isonômicas” teve sua conclusão em Maio de 2010, completando exatamente um ano de efetividade. Acredita-se que o objetivo primordial do projeto foi concretizado, quando se permitiu uma efetiva aproximação da sociedade com o Direito, mais especificamente o Direito do Consumidor. Afinal, este passou a existir devido à vulnerabilidade dos consumidores nas relações de consumo, tendo sua proteção força constitucional.

Segundo o filósofo polonês Leszek Kotakowski, “é uma verdade da experiência diária

que a consciência, ou uma grande parte dela, pode ser perdida pelo hábito”<sup>16</sup>. Foi buscando emergir a consciência da população do Benedito Bentes I quanto aos seus direitos como consumidora, que este projeto desenvolveu suas três fases. Desta forma, ensinou-se e aprendeu-se com o desenvolvimento das metas e através da comunicação com a comunidade em geral. A troca de conhecimentos foi essencial para a manutenção da disposição na consecução das atividades.

Em virtude da natureza do Projeto permitir um contato direto com o público-alvo, a concretização do mesmo conferiu ao grupo uma sensação de gratificação pessoal e a percepção de respostas positivas por parte da comunidade, que, sem dúvida, não podem ser alcançadas apenas dentro da sala de aula, mediante o aprendizado das Teorias. A Extensão deveria, sem dúvida, ser projetada pelas Universidades, não apenas como um dos seus alicerces somados ao Ensino e à Pesquisa, mas como um direcionamento obrigatório no qual os acadêmicos deveriam prosseguir.

Assim, temas legislativos, históricos, culturais, econômicos e jurídicos poderiam ser transmitidos para a sociedade de uma forma criativa, crítica e simplória, já que os universitários se personificariam em professores, aprendendo consigo mesmos e com os seus objetos de estudos.

## REFERÊNCIAS

BAIROS DE MACEIÓ. **Benedito tornou-se um bairro, mas parece uma cidade.** Disponível em: < <http://www.bairrosdemaceio.net/site/index.php?Canal=Bairros&Id=11> >. Acesso em: 27 jun. 2010.

BESSA, Leonardo Roscoe; MOURA, Walter José Faiad de. **Manual do Direito do Consumidor.** Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2009.

CONAR – Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária. **Ética na prática.** Disponível em: < <http://www.conar.org.br/> >. Acesso em: 27 jun.2010.

---

<sup>16</sup> KOTAKOWSKI, Leszek. *Pequenas palestras sobre grandes temas.* São Paulo: UNESP, 2009, p. 171.

DPDS – Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. **Cartilha do Consumidor**. Brasília: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, 1999.

KOTAKOWSKI, Leszek. **Pequenas palestras sobre grandes temas**. São Paulo: UNESP, 2009.

MELLO, Marcos Bernardes de Melo. **Teoria do Fato Jurídico – Plano da Existência**. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

SOARES, Ana Carolina Trindade. **A Proteção do Contratante Vulnerável**. Maceió: EDUFAL, 2009.